

I N N O V A T I O N

Marjanovic erfrischt die Außenwerbung

"Nicht fragen - kaufen!" hieß es seinerzeit bei Fisherman's Friends, während das Wasser literweise auf den Ahnungslosen platschte. Nicht ganz so feucht, aber dennoch erfrischend geht es bei der neuesten, vielversprechenden Erfindung von Marco Marjanovic zu. In seinem Entwicklungsbüro Art Communication in Hamburg kriegt selbst der überzeugteste Abstinenzler Durst auf ein schönes kühles Bier. In Marjanovics Büro steht nämlich ein CityLight-Poster, auf dem ein riesiges Glas Bier zu sehen ist. Doch nicht allein das Bierglas macht den Durst, sondern das immerwährende Perlen und Sprudeln im Glas und die Blume, die sich ständig von neuem bildet. Marjanovic gelingt diese wahrlich lebensechte Abbildung durch eine dünne, vier Millimeter dicke Beschichtung im Innern des Plakates, die mit einer Ölmischung gefüllt ist. Zusammen mit einer Luftpumpe, die das ständige Perlen verursacht, kommt die biergelb gefärbte Flüssigkeit in ständige, regelmäßige Bewegung, so daß sich der Betrachter ähnlich schwer wie vor einem Kaminfeuer dem Anblick des Bieres entziehen kann. Doch nicht nur bei alkoholhaltigen Malzgetränken erzielt diese Innovation ihre gewünschten Effekte. Diese Methode des "Flüssig-Displays" läßt sich außer bei jeder Art von Getränken auch für jede gleichwie geartete Bewegung einer Flüssigkeit anwenden: sei es, um einen Bach, einen Wasserfall oder einen Duschstrahl lebensecht darzustellen.

Doch Marjanovic, dem die Ideen nie auszugehen scheinen und der immer den Spruch "Da laß ich mir was einfallen" auf den Lippen hat, hat noch eine ganze Reihe weiterer Gerätschaften für P.O.S.- und andere Aktionen bei sich auf Lager. So etwa einen Spiegel mit dem Abbild eines Frauengesichtes: Steckt man in den leicht geöffneten Schmolllmund eine Zigarette, ertönt ein Werbejingle. Bis er zu Ende gelaufen ist, hat sich auch die Zigarette entzündet. Hinter dem Schmolllmund verbirgt sich schlichtweg ein automatischer Zigarettenanzünder. Eine weitere Idee, die von Marjanovic stammt, ist eine englische Telefonzellenattrappe, hinter deren Türglas Endlosfaxpapier durchläuft. Die Stellerlaubnis an verschiedenen Örtlichkeiten wie U- und S-Bahnhöfen (bundesweit) hat Marjanovic bereits in der Tasche, so daß sich insgesamt drei Zeitungen bzw. Zeitschriften das Angebot teilen können, aktuelle Nachrichten per Fax an diese "Telefonzellen" schicken und so an die Wartenden als besonderen Service weitergeben können. Für dieses Angebot ist Marjanovic derzeit mit einer Tages-, einer Wochenzeitung und einer TV-Zeitschrift in Verhandlung. Nach diesen und weiteren - teils durchaus etwas verschrobenen, aber nicht minder effektvollen - Spielereien kann man sich erkundigen unter Telefax 040/44 64 86.

S O F T W A R E

Die dativ Agentur für Datenkommunikation in Frankfurt hat unter dem Namen PR:dat eine spezielle Branchen-Software entwickelt, mit deren Hilfe sich die Kontaktpflege zu Presse-Vertretern "zuverlässiger und effizienter" gestalten lassen soll. Weitere Informationen: Frank Promberger, c/o dativ, An der Bleiche 3, 60437 Frankfurt, Telefon/Fax 06101/411 30.